

AB

**PERENCANAAN MANAJEMEN
SEBAGAI TOLAK UKUR KEMAJUAN
PT. PBM. ADIPARWA BARUNA SEJAHTERA
SURABAYA**

LAPORAN AKHIR



FS DBE AI/DA
Rif
P

OLEH :

NILA RIFANA

NIM : 120110175-G

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

**PROGRAM STUDI D3 BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

LAPORAN AKHIR
Perencanaan Manajemen
Sebagai Tolak Ukur Kemajuan
PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera
Surabaya

Oleh: Nila Rifana
120110175 G



Surabaya, 21 Juni 2004
Program Studi D3 Bahasa Inggris
Fakultas Sastra
Universitas Airlangga

Laporan Akhir ini telah dipertahankan dihadapan Panitia penguji pada tanggal
19 Juli 2004.


Panitia penguji terdiri dari:

Dosen Penguji I



Layli Hamida, S.S

Dosen Penguji II



Dra. S.E. Widjajati, M.S

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam upaya untuk terus berkembang dan mengambil peran aktif dalam memajukan perusahaan, perencanaan manajemen yang berkualitas sangat menunjang bagi kemajuan setiap perusahaan. Dengan perencanaan yang matang akan mempermudah dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan Praktek Kerja Lapangan yang dilaksanakan penulis selama satu bulan serta penulisan laporan pada bab I sampai bab III, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera telah membuat dan melaksanakan serangkaian perencanaan manajemen yang digunakan sebagai tolak ukur kemajuan perusahaannya tersebut.

Pelaksanaan perencanaan manajemen PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera ini meliputi perencanaan tiga divisi utama, yakni:

1. Perencanaan Divisi Kesekretariatan

Perencanaan divisi ini lebih menitik beratkan pada perbaikan elemen-elemen kantor seperti pemrograman *data-base* serta peningkatan sumber daya manusia dengan diadakannya pelatihan-pelatihan sebagai upaya persiapan menghadapi era persaingan baik damasa kini maupun inasa akan datang yang semakin terbuka dan transparan.

2. Perencanaan Divisi Operasional

Perencanaan divisi Operasional mengacu pada pelaksanaan proses kerja bongkar muat yang dituangkan dalam prosedur bongkar muat. Berdasarkan prosedur bongkar muat tersebut, kerja para staf PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera berusaha selalu konsisten agar mutu pelayanan bongkar muat dapat dipertahankan.

3. Perencanaan Divisi *Marketing*

Divisi *marketing* cenderung lebih berkonsentrasi pada apa yang diinginkan *customer* dengan memberikan pelayanan prima seperti pemberian informasi tentang barang pengguna jasa PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera, pengiriman foto barang serta mengadakan perubahan pada sistem pembayaran. Metode perencanaan ini terbukti mampu menyerap *customer* mengingat menjamurnya Perusahaan Bongkar Muat di wilayah Jawa Timur.

B. Saran

Sebuah perencanaan yang direalisasikan pada akhirnya pasti membuahkan suatu hasil, namun hasil kerja yang dicapai terkadang tidak sesuai dengan tujuan akhir yang diharapkan.

Perencanaan PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera dalam meningkatkan kemajuan perusahaannya dirasa telah sesuai dengan tujuan perusahaannya. Namun hal ini tidak lepas dari ketidaksempurnaan yang diamati penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, sehingga penulis

menyarankan PT. PBM adiparwa Baruna Sejahtera khususnya pada tiga divisi utama:

1. Divisi Kesekretariatan

- a. Dilaksanakannya pelatihan dalam bidang Bahasa Inggris, khususnya bagi staf operasi, karena pada kenyataannya PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera tidak hanya berhubungan dengan *customer* dari dalam negeri namun juga dari luar negeri. Sehingga jika sewaktu-waktu *customer* luar negeri ingin bertanya pada staf Adiparwa, mereka tidak saling tunjuk menunjuk untuk menjawabnya.
- b. Sebaiknya perusahaan mengadakan pelatihan pengembangan diri dan kepribadian untuk karyawan sehingga karyawan akan termotifasi untuk lebih meningkatkan mobilitas kerjanya mengingat banyaknya karyawan yang dimiliki PT. PBM. Adiparwa Baruna Sejahtera dan memperkecil terjadinya pembajakan karyawan oleh perusahaan Bongkar Muat pesaing.

2. Divisi Operasional

Selalu mempertahankan prosedur kerja dan meningkatkan kualitas kerjanya agar lebih baik.

3. Divisi *Marketing*

Lebih meningkatkan strategi-strategi yang sudah dijalankan serta selalu mengadakan observasi dini terhadap perkembangan lingkungan sekitar.